

Mezzo S.T.P – Trend

자동차 시장이 좁어지고 있다!!



Mar. 2011
MezzoMedia Inc.

- 1> 2011년 모두 70여 대에 달하는 신차가 쏟아진다.
- 2> 2011년 자동차 시장이 꺾어 지고 있다.

■ 2011년 모두 70여 대에 달하는 신차가 쏟아진다.

국내외 자동차 업계가 올 한 해 대대적인 신차 출시를 예고 자동차 시장 치열한 신차 경쟁 구도 예상



[현대] 벨로스터



[기아] 2011 모닝



[쉐보레] 카마로



[쉐보레] 아베오



[쌍용] 코란도C



[폭스바겐] 골프 블루모션



[BMW] X3



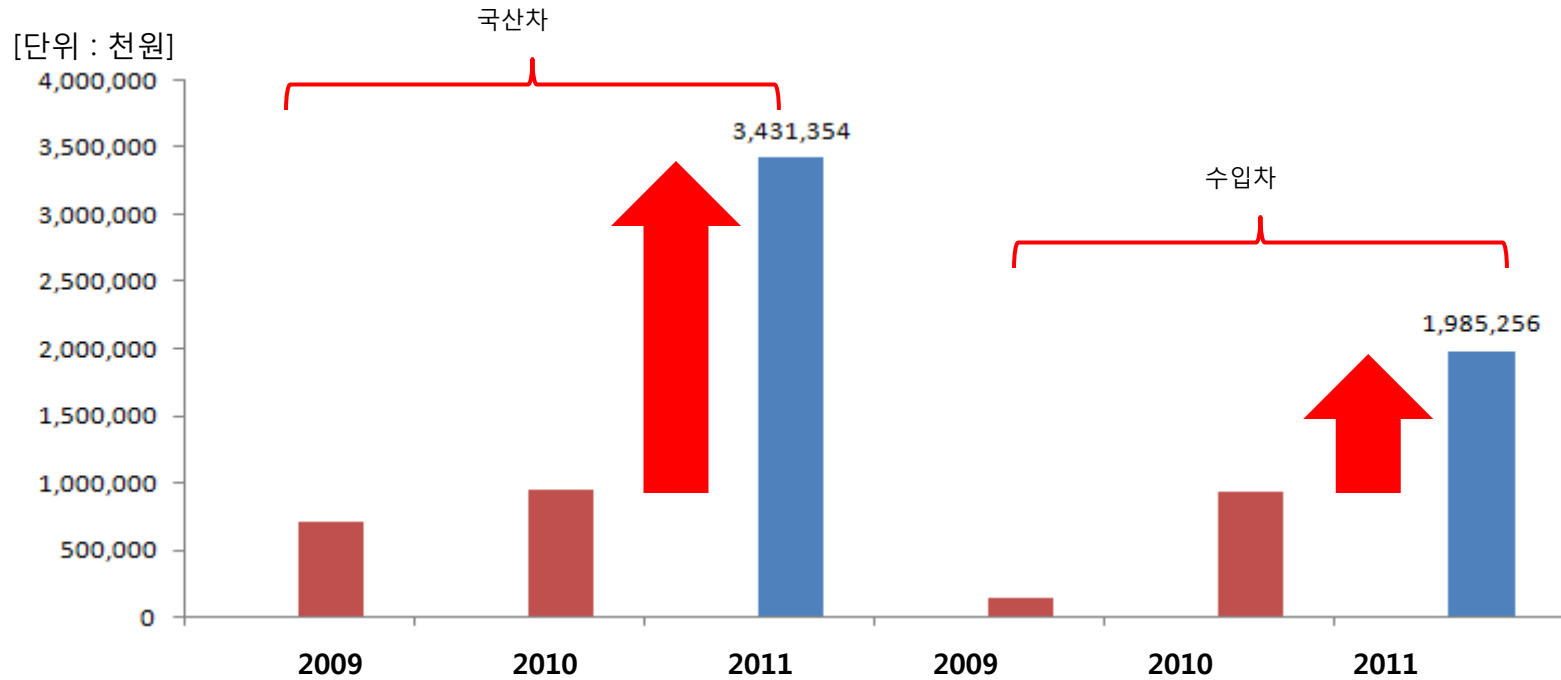
[BMW] 미니 컨트리맨

< 2011년 상반기 주요 런칭 신차 >

2011년 모두 70여 대에 달하는 신차가 올 한 해 출시 예정
국산차 20여 대, 수입차 50여 대에 달하는 사상 최대 규모

[한국경제TV 2011/01/21]

신차를 통한 공격적 마케팅으로 전년도 대비 높은 온라인 광고비 활용
국산, 수입 모두 동일 기간 전년대비 2배 이상 광고비 상승



< 연도별 1~2월 자동차 온라인 광고 집행 현황 > [ADRam 2009~11 / 1~2월]

국산차의 경우 쉐보레 브랜드 런칭, 수입차의 경우 폭스바겐 블루모션을 대표적으로
각 브랜드 마다 신차에 따른 대량의 온라인 마케팅 진행 중

자동차 정보 탐색 채널의 변화 인터넷을 기반으로 한 정보들의 영향력이 상승

< 자동차 정보탐색 채널 상위 10개 >

< 정보탐색 채널 1위 입소문 & 2위 제조회사 홈페이지 >

주 영향 정보	09년 지적률	07년도 대비 변화
주변 사람들의 조언	49.3	+4.8p
제조회사 홈페이지	48.5	-3.0p
차량 소개 카탈로그	47.7	-0.2p
차량 가격표 및 판매 안내 자료	42.2	-3.6p
영업사원의 설명	32.9	-2.4p
신문/잡지 등의 보도/기사	31.2	-8.0p
TV광고 (공중파, Cable TV)	27.8	-4.8p
인터넷 광고	27.4	-1.2p
자동차 관련 동호회 홈페이지	25.4	+0.7p
영업소에 전시된 차량	20.2	-1.9p

(복수응답, %)

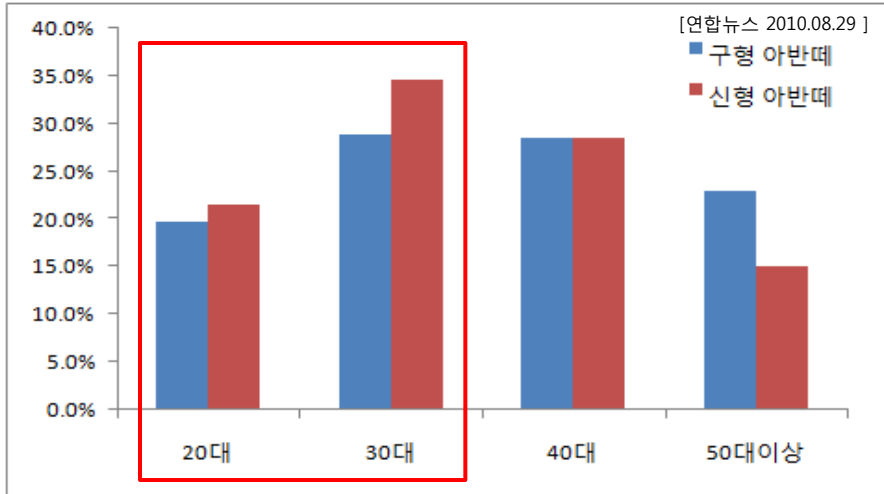


* 조사 대상: 해당 차종 별 세차 구입 후 1년 이내인 소비자
(예: 9차 조사의 경우 2008년 7월 - 2009년 6월 구매자)
** 2007년 (N=12,420), 2009년 (N=6,651)

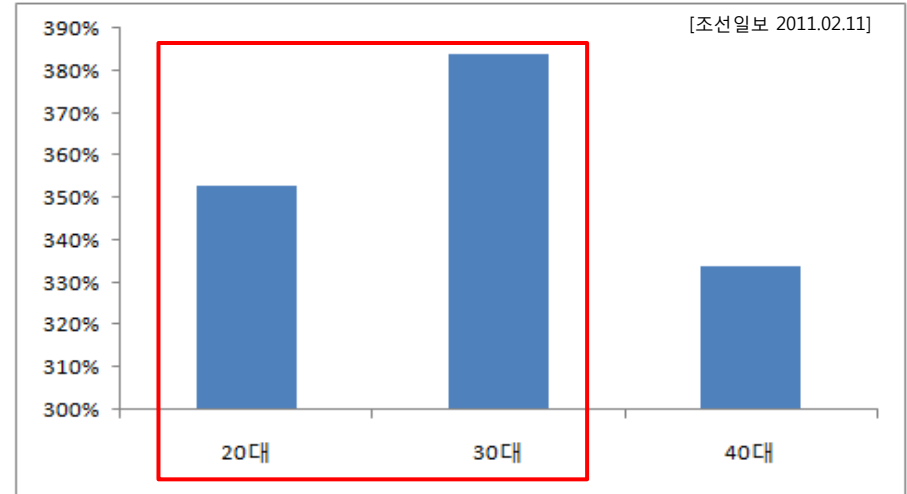
[마케팅인사이트 자동차리포트 09-10호]

- '주변 사람 조언'이 49.3%로 가장 높았고, 그 다음은 '제조회사 홈페이지'(48.5%), '차량 소개 카탈로그'(47.7%), '차량 가격표/판매 안내 자료'(42.2%) 등의 순
- '07년과 '09년의 결과 비교를 통해 지난 2년간의 변화를 보면, '신문/잡지 등의 보도/기사'가 8.1%p(39.3%→31.2%)의 감소로 가장 컸고, 그 다음은 '대리점/영업사원 홈페이지'의 5.2%p감소(22.6%→17.4%), 'TV광고'의 4.8%p 감소(32.6%→27.8%), '신문광고'의 4.7%p 감소(14.9%→10.2%)가 눈에 띈
- 전반적으로 TV, 신문, 잡지 등 대중매체의 영향력은 기사와 광고를 불문하고 줄어들고 있는 것으로 나타났으며 반면 인터넷을 기반으로 한 정보들의 영향력은 광고, 기사, 기타 자료를 불문하고 유지되고 있는 것으로 나타남

젊은 소비자들의 구매력상승 국산, 수입 승용차시장에서 2030대의 소비력이 높아짐



[아반떼 모델 별 판매 연령 비중]



[전체 수입차 2006년->2010년 연령별 판매 상승율]

- 보급형 자동차인 아반떼의 경우 2010년 신형 모델 출시 후 20~30대 판매비중만 상승하여 젊은 타겟에게 좋은 반응도를 보이고 있음
- 수입차 전체 시장에 있어 20~30대의 성장이 40대 대비 높은 성장을 하고 있으며, 특히 30대의 높은 성장을 보임
- 40대 이상의 타겟에서 20~30의 젊은 타겟의 구매 비중이 높아 짐에 따라 젊은 타겟에 맞는 마케팅 기획과 매체 전략이 변화하고 있는 시점이며 온라인의 필요성 및 활용도가 점차 높아질 것으로 예상

■ 2011년 자동차 시장이 꺾어 지고 있다.

한국GM, 서울 코엑스서 쉐보레 공식 론칭 대대적 온라인 광고 Chevrolet Big Bang



< 온라인, 코엑스 등 젊은 타겟을 공략한 쉐보레 런칭 >

- 한국GM의 이번 쉐보레 빅뱅 행사는 밀레니엄 플라자에 신제품 전시, 인터콘티넨탈 호텔 외벽을 활용한 대형 비디오 쇼 메가박스 영화관 내 차량 전시, 레이싱 이벤트존 운영 등 코엑스 내 구역을 나눠 다채롭게 진행
- 젊은 층 공략을 위해 온라인 활용 역시 1~2월 간 6.7억(애드램 추정치) 활용으로 국내차 브랜드 중 가장 많은 온라인 마케팅 비용 활용
- 상위 포털의 주요지면을 활용하 대대적인 브랜딩 집행

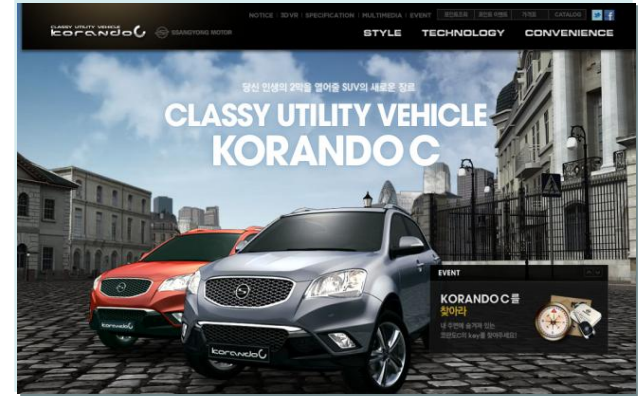
현대자동차, 초대형 스타들과 벨로스터 오픈쇼 개최 감각적인 벨로스터 런칭쇼



< 클럽파티 형식의 감각적인 런칭쇼를 준비중인 벨로스터 >

- 현대자동차가 신차인 벨로스터 출시를 기념해 세계적인 DJ 칼콕스·라이프 라이프 등과 함께 기획한 클럽 공연 형식의 프로모션 파티진행
- 9명의 스타를 초청해 7개의 미션을 진행하고 우승팀에는 벨로스터를 상품으로 제공하는 감각적인 런칭쇼
- 이벤트 참여는 온라인을 통해서만 가능하며 젊은 타겟을 적극적으로 공략한 기획과 프로모션

쌍용차, 코란도C 본격 출시 닷 올렸다. 코란도C의 감성적 런칭



< 강함은 유지, 감성을 새롭게 더한 코란도C 런칭 >

- 지난 1974년 첫 출시된 쌍용차의 코란도는 남성적 매력을 물씬 풍기던 지프(Jeep)형 자동차였다. 2, 3세대를 거치며 곡선을 살짝 접목시켜 부드러움을 더했지만, 남성적인 이미지는 그대로 유지했었다. 하지만 최근 4세대로 새로 태어난 '코란도C'는 이름만 계승했을 뿐 완전히 새로운 자동차로 런칭
- "2막 2장의 클래식 스타일"을 헤드라인으로 홈페이지를 통해 다양한 타겟의 라이프 스타일을 보여줌으로 올드하고 남성적인 브랜드 이미지를 온라인을 통해 젊고 부드러운 이미지로의 변화를 시도

쌍방향 소통 강화 페이스북 팬페이지 개설, 자동차 영화 까지.. BMW X3의 소셜네트워크 활용 런칭



< 인터랙션 무비를 통해 차량의 감각적 이미지 제공 >

- 국내 수입차 업계 처음으로 페이스북 내 공식 기업 팬 페이지 (<http://www.facebook.com/BMWKorea>)를 개설
- 업계 최초로 '소셜 네트워크 인터랙션 무비(Social Network Interaction Movie) -에피소드 X3(Episode X3)'를 선보였다. X3의 역동적인 주행 장면 등을 통해 차량의 강력한 성능과 매혹적인 디자인 및 감성을 전달하기 위해 제작
- 자신의 페이스북 친구들을 직접 캐스팅해, 매번 새로운 나만의 에피소드 X3 영화를 제작할 수 있고, 자유롭게 공유할 수도 있다.
- 타겟 니즈에 따라 온라인 소셜 네트워크를 적극 활용한 최초의 수입차 브랜드



■ MezzoMedia에서 제공하는 서비스

MezzoMedia에서 제공하는 서비스

- 플랫폼 통합 애플리케이션 포털 <http://appvista.com>
- 한국인의 단축 URL 서비스 '독도' <http://dok.do/about/>
- 모바일 광고 상품(MMAN) 소개서 <http://dok.do/eiPiUP>
- Facebook 팬 페이지 <http://www.facebook.com/mezzomedia>



appvista 온라인 웹

appvista Mobile web
(<http://m.mezzomedia.co.kr>)



▪ **대표 번호 / Fax**
: 02-561-1247 / 02-561-3890

▪ **광고 문의**
> **온라인 광고 (미디어 사업본부)**
: mezzo@mezzomedia.co.kr

> **모바일 app/모바일 web 광고 (모바일 사업본부)**
: mobile@mezzomedia.co.kr

> **Facebook 광고(해외 사업팀)**
: mp@mezzomedia.co.kr



▪ **교통편**
: 지하철 2호선
삼성역 5번 출구 도보 10분
선릉역 10번 출구 도보 10분

: 버스(포스코 사거리 하차)
파란 360, 730, 146
초록 3415, 3411, 2415, 4412



THANK YOU!

| (주) 메조미디어

| **MezzoMedia, with your GOAL!**